

12. 株式会社ファームステーション (1/2)



■基本情報

企業名	株式会社ファームステーション
本社所在地	東京都 (ラボ: 岩手県奥州市)
設立年	2009年

■取り組みの背景・課題

地域農業の未来に危機感が強まり、資源循環型農業ビジネスが模索されていた

地域課題 ・ 企業課題	<p>耕作放棄地の活用・地域活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> 胆沢町 (現:奥州市) は広大な水田地帯を有していたが、休耕田が増加し、稲作・地域産業の衰退に危機感を持っていた。
	<p>廃棄物の削減・活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ファームステーション現代表の酒井氏は、廃棄されている「未利用資源」の活用に課題感・関心を持っていた。
地域資源	<p>盛んな農業と農業者コミュニティ</p> <ul style="list-style-type: none"> 胆沢町 (現:奥州市) は農地の割合が高く、稲作を中心とした複合型農業が盛んであった。 また、地域環境・農業を考える勉強会やコミュニティがあり、その中で地域活性化活動のリーダー的な人物も存在した。
	<p>伝統の発酵・醸造技術</p> <ul style="list-style-type: none"> 歴史ある発酵技術を応用することで、生ごみからバイオ燃料が作れる技術が国内に存在した。

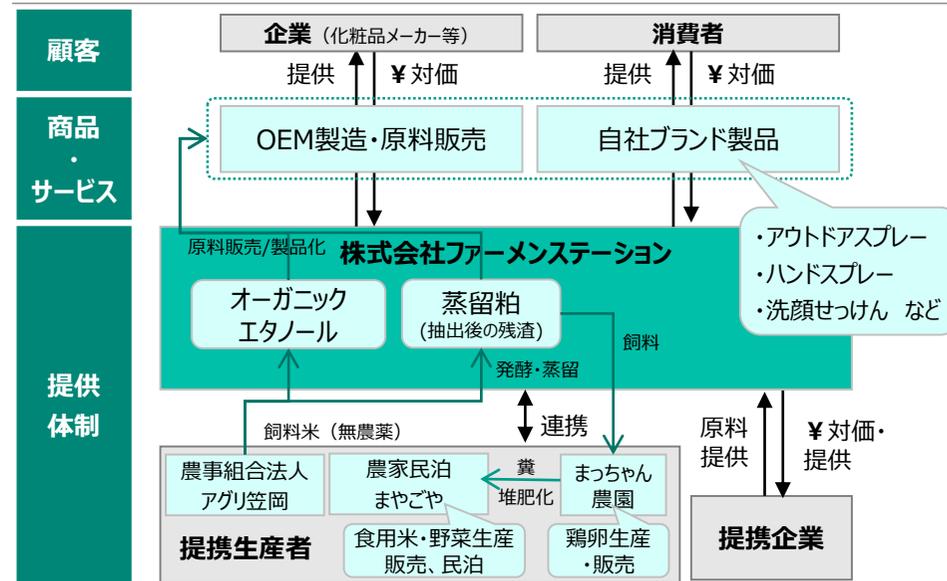
■事業概要

休耕田を活用し栽培された有機米から、エタノールを製造する地域循環事業を展開。独自の発酵技術で未利用資源から価値を引き出し、循環型社会を構築・拡大する

- 株式会社ファームステーション (以下、ファームステーション) は、休耕田・耕作放棄地で提携生産者が生産した有機米を活用し、独自の発酵・蒸留技術でエタノールと発酵粕を製造している。100%天然由来かつトレーサブルな原料で、化粧品や雑貨の原料として大手化粧品メーカーに販売するほか、自社ブランド商品の企画・販売も行っている。
- エタノール製造過程で生成される副産物 (蒸留粕) は、地域の鶏や牛の飼料としても利用、さらに鶏糞を水田や畑の肥料に利用、環境負荷が低い地域循環型事業を実現している。また、地域に訪問客を呼びこむコンテンツを作成し、生産者らと協働でツアーを実施している。
- 奥州市で回り始めた資源循環の環は、他の地域にも拡大している。JR東日本が販売する青森県産リンゴ飲料の製造過程で出るリンゴの搾りかすを原材料とする製品をJR東日本が販売、エタノール抽出後の残渣も牛の飼料としブランド化に繋げるなど、資源循環の輪を広げている。



■事業モデル



■目指す姿

グローバル展開により、世界レベルで未利用資源を活用する

- 農産物資源からエタノールを抽出・製造する自社技術は、世界的に見ても稀有なものである。
- 活用されていない未利用資源が世界には多く存在するので、そうした資源が、ファームステーションを経由して価値ある素材・製品に転換され、また人々の生活へ戻っていくような、循環型システムを広げてゆきたいと考えている。



12. 株式会社ファームステーション (2/2)

A. 事業化・事業拡大の経緯

① 構想・企画

- ・ファームステーション創業者の酒井氏は、元々金融関係の企業に勤めていた。NPO支援活動に関わる中で、地球温暖化や燃料代替といった社会課題に関心を持っていた。
- ・2005年、テレビ番組で見た、発酵によって生ごみをバイオマス燃料にする技術に可能性を感じた。これを実現できる企業は見つからなかったため、東京農業大学へ入学し、自身で発酵技術を研究した。
- ・一方、岩手県胆沢町（現:奥州市）では、休耕田の増加による危機感から、地域の若手農業者を中心に勉強会が行われていた。その中で、胆沢町の主要農産物である米から抽出したエタノールをエネルギーに活用するアイデアが挙がり、東京農業大学との共同研究が始められた。

ポイント ビジョンが一致する相手との連携

⇒ 取り組みを推進できたのは、熱い想いを持った地域の担い手と連携できたため。地球環境の持続性を意識した計画を作成・実践している生産者や、実証の段階から事業化を見据えていた奥州市役所の人々達と、想いや目指す方向が同じであったため、軋轢などもなく事業化まで進めることができた。

② 事業化

- ・岩手県とも連携しながら、奥州市で3年間の実証事業を実施した。実証開始のタイミングで酒井氏はファームステーションを設立、当初はコンサルティングを行う立場に関わり始めた。
- ・実証事業を通して、エタノールのエネルギー活用はコスト面で実用化が難しいと判断した。他の活方法を模索し、ドラッグストアでヒントを得た酒井氏が、化粧品・スキンケア商品への活用を提案した。
- ・実証が終わる段階で、「今後、誰がこの事業を担うのか?」という問題に直面した。東日本大震災を経て「自給することの大事さ」を痛感した酒井氏は事業を継続したい想いから、奥州市から事業を引き継ぐことを決断、想いを伝え地域内の人々からの理解を得た。

ポイント ビジネスコンテストへの参加をきっかけに、メディアからの取材依頼が増加

⇒ 事業を推進するために、様々なビジネスコンテストに応募・出場していた。メディアからの取材のきっかけは、DBJ主催のビジネスコンテストへの出場であった。優勝はしていないものの、出場を知った記者が記事に取り上げてくれ、芋づる式で新聞やテレビなどメディアからの取材依頼が増加した。

③ 地域循環共生圏の醸成

- ・ファームステーションの取り組みが世に知られるようになると、奥州市の農産物の認知度も向上した。エタノールは飼料用米から作るが、提携生産者の農産物を購入したいとの消費者も出てきている。
- ・資源循環に関心を持つ人から、奥州市視察の打診も増えた。交流人口の拡大による地域内への資金循環にもなればと考え、奥州市の仲間とともに、任意団体「マイムマイム奥州」を設立し、視察受入ツアーを企画・実施している。行政からの補助は受けず、持続可能な団体運営に取り組んでいる。
- ・さらにファームステーションは、スタートアッププログラムを通してJR東日本とも連携を開始した。奥州市だけでなく、地域外へも循環の環を拡大している。

ポイント スタートアッププログラムを通して刺激を獲得

⇒ 東京都女性ベンチャー成長促進事業「APT Women」では、異業種の女性起業家との繋がりやメンターのサポート、米国でのピッチなど様々な機会を得た。事業のスケールを大きくしなければ自身のビジョンを実現できないとの刺激を受け、海外展開を見据えるまでになった。

B. 資金調達

設備投資には補助金を、その他はできるかぎり自己資金を活用

- ・リスク低減のために設備投資には各種補助金を活用した。その他の資金需要は、当初は自己資金で賄った。
- ・ビジネスコンテストにも積極的に応募・参加した。

資金とノウハウ双方を得るため投資家から資金を調達

- ・中小企業ではビジョン実現に限界があるため、事業拡大を決意。繋がりがあったベンチャーキャピタルから資金を調達した。
- ・ベンチャーキャピタルは資金面のサポートも大きい。その他様々な面でアドバイス・伴走いただけるサポートが大きい。

C. 人材獲得・パートナー連携

仕事のスピード感を期待できる事業会社、コンサルやスタートアップ出身者を採用

- ・ビジョンへの共感があり、仕事のスピード感がある人を求めている。仕事のスピード感についての判断は難しいが、これまでスタートアップにいた人などを採用。また、その人がこれまで取り組んできたことを聞いて判断している。

遠隔だからこそ、社内メンバーとの密なコミュニケーションを実施

- ・社内メンバーとは、密にコミュニケーションを取ることを意識している。奥州市拠点のメンバーとはこまめなやり取りをしており、さらに社内メンバー全体のオンライン会議を毎日実施し、各人がその日に何をするのかを共有し合っている。

D. その他工夫

クラウドファンディングを活用して、ストーリーと合わせて自社製品をプロモーション

- ・クラウドファンディングを利用した理由は、資金調達よりもプロモーション目的が大きい。ファームステーションの製品は消費者へ伝えたいストーリーが多く、店頭で商品が並ぶだけでは伝わりきらないと考えた。資金調達後もWebサイトが残る続けるため、取り組みのPR手段として、クラウドファンディングを選択した。

日常的なやり取りの中で、社員の理解と方向性を統一

- ・ミッションについては、社員全員が理解して同じ方向性に向けて事業に取り組めるよう、社内でのオフサイト実施や、メッセージでのやり取りの際に日常的にメンションするなどして、全員が理解することを意識している。